Facultade de CC. Sociais e da Comunicación

Mais info na Web da Facultade

http://www.csc.uvigo.es/

(*)

(*)

Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais

Materias

Curso 1

Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
P04M176V01101	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais	1c	3
P04M176V01102	Dirección estratéxica de comunicación dixital	1c	3
P04M176V01103	Estratexia de contidos	1c	3
P04M176V01104	Comunicación de crise e reputación dixital	1c	3
P04M176V01105	Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais	1c	3
P04M176V01106	Dixital Media Planning	1c	3
P04M176V01107	Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS	1c	3
P04M176V01108	Redación para medios dixitais e redes sociais	1c	3
P04M176V01109	Fotografía para web e redes sociais	1c	3
P04M176V01110	Emprendemento en social media	1c	3
P04M176V01201	Deseño para medios dixitais	2c	3
P04M176V01202	Infografía e visualización de datos	2c	3
P04M176V01203	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais	2c	3

P04M176V01204	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes	2c	3
P04M176V01206	Traballo Fin de Máster	2c	6
P04M176V01207	Prácticas profesionais 1	2c	3
P04M176V01208	Prácticas profesionais 2	2c	9

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais				
Materia	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais			
Código	P04M176V01101			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Dafonte Gómez, Alberto			
Profesorado	Dafonte Gómez, Alberto Martí Pellón, Daniel Pena Rodríguez, Alberto			
Correo-e	albertodafonte@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais é unha materia que presenta aos principais actores que conforman o ecosistema da comunicación dixital, as interrelacións que se establecen entre eles e os obxectivos e motivacións de cada un nese proceso de intercambio. O enfoque da materia fai que estes contidos se aborden tanto desde a vertente corporativa como desde o punto de vista do individuo e da súa competencia dixital.			

Competencias	
Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigida ou autónoma.
C1	Coñecemento da estrutura do ecosistema comunicativo na sociedade dixital, así como dos usos, comportamentos e códigos dos distintos suxeitos que o conforman.
C2	Capacidade de optimizar a selección e aplicación de ferramentas TIC no ámbito académico e profesional.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os distintos actores dentro do ecosistema da comunicación dixital e comprender as súas interrelacións.	C1
Explicar os principios do funcionamento do ecosistema de medios sociais e da economía dixital.	C1 D3
Seleccionar e aplicar ferramentas TIC sociais e na nube en procesos de traballo individual ou colaborativo.	A5 C2
Usar de forma creativa as ferramentas TIC sociais en aplicacións orixinais.	A1 C2

Contidos	
Tema	
Competencia dixital	Alfabetización mediática Comunicación e colaboración Creación de contidos dixitais Seguridade Resolución de problemas Aprendizaxe ao longo da vida na contorna dixital
Industrias culturais e plataformas dixitais	Da oralidade ás redes sociais As industrias culturais e as redes

Dixitalización e redes sociais	Cultura dixital e contorna mediática Ecosistema de redes e medios sociais
Economía da atención	Clicks, shares e engagement: o negocio da atención Motivación e comportamento dos usuarios na contorna dixital A opinión pública na contorna dixital: postverdade e fake news

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	5	30	35
Seminario	16	24	40

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O traballo tutelado será un proceso de dúas fases que consistirá na creación dun PLE, curación de contidos e uso de ferramentas de traballo colaborativo para a redacción e edición de contidos sobre cultura dixital e redes sociais.
Seminario	Nos seminarios desenvolveranse os contidos da materia cunha perspectiva de aprendizaxe activa.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Durante os seminarios fomentarase o debate e a participación activa do alumnado
Traballo tutelado	O seguimento dos traballos comprende tanto as sesións presencias coma as actividades desenvolvidas na rede dentro da contorna deseñada polos docentes

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballo tutelado	O traballo tutelado será un proceso de dúas fases baseado na curación de contidos a través de ferramentas dixitais e na súa publicación en redes sociais.	80	A1 A5	C2	D3
Seminario	Nos seminarios desenvolveranse os contidos da materia cunha perspectiva de aprendizaxe activa polo que se valorará a participación e implicación do alumnado nas actividades.	20	A1	C1	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os criterios de avaliación son os mesmos en todas as convocatorias.

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Illades, Esteban, **Fake news : la nueva realidad**, Grijalbo, 2018

Noguera Vivo, José Manuel, **Generación efímera : la comunicación de las redes sociales en la era de los medios líquidos**, Comunicación Social, 2018

Argemí, Marc., **El Sentido del rumor : cuando las redes sociales ganan las encuestas**, Ediciones Península, 2017

Sampedro Blanco, Víctor, **Dietética digital para adelgazar al Gran Hermano**, Icaria, 2018

Trigo, Beatriz y Dellinger, Mary Ann(eds.), **Entornos digitales : conceptualización y praxis**, UOC, 2017

Villar, Jorge, **Gestión y planificación de redes sociales profesionales : todo lo que debes saber para gestionar correctamente redes sociales corporativas**, Deusto, 2016

Kawasaki, Guy, **El Arte del social media : consejos prácticos para una estrategia de éxito**, Anaya Multimedia, 2016

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
Non se contemplan adaptacións nas metodoloxías dado que se poden desenvolver con normalidade nun contexto online ou semipresencial a través do Campus Remoto e de FAITIC.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
Non se contemplan adaptacións na avaliación dado que se pode desenvolver con normalidade nun contexto online ou semipresencial a través do Campus Remoto e de FAITIC.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dirección estratéxica de comunicación dixital				
Materia	Dirección estratéxica de comunicación dixital			
Código	P04M176V01102			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Míguez González, María Isabel			
Profesorado	Baamonde Silva, Xosé Manuel Míguez González, María Isabel Paredes Díaz, Marta Pérez Seoane, Jesús			
Correo-e	mabelm@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Materia obrigatoria que se imparte no primeiro cuadrimestre do curso e que afonda na relevancia da dirección de comunicación dixital dentro do marco dunha estratexia global de comunicación da organización.			

Competencias	
Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
B2	Capacidade de liderado
C3	Capacidade para integrar a dirección de comunicación dixital dentro da estratexia de comunicación global dunha organización.
C4	Capacidade para identificar e definir públicos, obxectivos e mensaxes da comunicación institucional no contexto dixital.
C5	Habilidade para deseñar e implantar un plan de comunicación dixital e desenvolver campañas de comunicación en redes sociais e medios dixitais.
D5	Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Entender a relevancia da dirección de comunicación dixital no marco da estratexia global de comunicación da organización.	C3
Identificar os diferentes públicos da organización no ámbito online.	C4
Analizar as relacións con estes públicos e identificar as necesidades comunicativas que se desprenden delas.	A2 C4
Fixar os obxectivos específicos de comunicación online dunha organización, en coherencia cos obxectivos globais de comunicación e coa estratexia organizacional.	C5 D5
Deseñar as estratexias e tácticas de comunicación online da organización, adaptándoas aos recursos e obxectivos organizacionales.	C5 D5
Elaborar, presentar y aplicar el plan de comunicación online de la organización.	B2 C3 C5

Contidos	
Tema	
A dirección estratéxica de comunicación	A importancia da dirección estratéxica de comunicación. A comunicación online como parte da estratexia global de comunicación da organización.

Deseño do plan de comunicación online	Diagnóstico. Mapa de públicos. Obxectivos. Definición da mensaxe. Estratexias e tácticas. Orzamento e previsión de avaliación.
O desenvolvemento de plans e campañas de comunicación online	Particularidades dos plans e campañas de comunicación online. Recomendaciones estratéxicas e seguemento

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	6	43	49
Seminario	16	10	26

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O/A estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias etc.
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico, que permite afondar ou complementar os contidos da materia.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	O estudantado contará co asesoramento do docente durante as sesións de seminario
Traballo tutelado	O estudantado poderá recorrer ao profesorado no horario de titorías para o asesoramento no caso dos traballos tutelados

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballo tutelado	Valorarase o desenvolvemento e presentación dun traballo tutelado de carácter individual ou grupal sobre os contidos da materia.	70			C3 C4 C5	D5
Seminario	Valorarase a través da observación cuantificada a asistencia e participación (tanto en termos cuantitativos como cualitativos) nas sesións de seminario da materia.	30	A2	B2	C3	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Aljure Saab, Andrés, **El plan estratégico de comunicación**, UOC, 2015

DIRCOM, **Manual de la comunicación**, DIRCOM, 2013

Mir, Pedro, **Brand.com. Reputación de marcas y social media**, EUNSA, 2016

Pino, Iván, **Tu plan de comunicación en Internet. Paso a paso.**,

Sainz de Vicuña Ancin, José María, **El plan de marketing digital en la práctica**, 3ª, ESIC, 2018

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación de crise e reputación dixital/P04M176V01104

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

Mantéñense as metodoloxías establecidas (seminarios e traballos tutelados).

No caso dos seminarios, no caso de que unha porcentaxe relevante do alumnado poida seguir as sesións en remoto nos horarios establecidos, estas impartiranse de modo síncrono para facilitar a súa participación, poñendo a disposición do alumnado que non poida asistir unha gravación da sesión. No caso de que a maioría do alumnado manifeste non poder seguir as sesións nos horarios establecidos, estas só se ofrecerán, gravadas, de modo asíncrono, e abrirase un foro semanal para consulta e debate sobre as cuestións impartidas na sesión.

Traballos tutelados: as explicacións relacionadas cos traballos facilitaranse, de forma detallada, a través de FAITIC. Concertaranse particularmente con cada estudante ou grupo sesións de seguemento dos traballos.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)
As titorías atenderanse de xeito non presencial a través dos despachos virtuais das docentes, previa solicitude de cita vía correo electrónico. Tamén se solventarán por correo electrónico as consultas sinxelas que non precisen dunha titoría.

* Modificacións (se proceder) dos contidos a impartir
Non se precisan.

* Bibliografía adicional para facilitar a auto-aprendizaxe
No caso de confinamento facilitarase ao alumnado bibliografía que sexa accesible vía online.

* Outras modificacións

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

A asistencia e participación síncrona nas sesións deixará de ser un elemento avaliable, dado que é posible que parte do alumnado non se poida conectar.

Polo tanto, o valor do traballo tutelado pasará a ser do 100%.

* Información adicional

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Estratexia de contidos				
Materia	Estratexia de contidos			
Código	P04M176V01103			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	García Mirón, Silvia			
Profesorado	Bastón Meira, Rubén Corbacho Valencia, Juan Manuel García Mirón, Silvia			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	No contexto actual de internet e das diversas opcións de comunicación dixitais que posibilita, o consumidor infórmase antes de adquirir un producto, compara as distintas ofertas con outros compradores e valora de forma máis positiva aquelas marcas que lle ofrecen contidos útiles no seu día a día. É decir, o consumidor precisa que as marcas lle ofrezan contidos acordes cos seus intereses. Así xorde o inbound marketing e a posta en valor do contido, creado dende unha perspetiva estratéxica. Neste sentido, esta materia pretende poñer en contexto a contorna dos contidos e facilitar información sobre as tarefas que se vinculan coa súa creación, formulación dunha estratexia acorde coa estratexia global da marca e dos seus obxectivos de marketing e comunicación, e o deseño dun plan de contidos.			

Competencias	
Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación.
C6	Habilidade para deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.
C12	Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os contidos máis adecuados para a estratexia de comunicación dunha empresa ou institución e para os seus distintos tipos de públicos.	A1 C6
Deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.	C6 C12 C14
Seleccionar e planificar distintos tipos de contidos optimizados segundo as necesidades do cliente e de acordo coas limitacións técnicas e legais existentes.	C6 D2

Contidos	
Tema	
1. Publicidade e Inbound marketing	1.1. Definición de Inbound Marketing 1.2. Características e funcións do Inbound Marketing 1.3. Claves e beneficios do Inbound Marketing 1.4. Definición de estratexias 1.5. Ferramentas
2. Definición de contidos	2.1. Tipos de contidos 2.2. Características 2.3. Filtrar contidos 2.4. Reutilización de contidos

3. Elementos e fases da estratexia de contidos para Inbound	3.1. Que queremos conseguir? Definición de obxectivos e creación de KPIs 3.2. Para quen creamos contidos? Identificación de públicos e creación do byer persoa 3.3. Que mensaxes creamos? Creación de contidos: mensaxes e guía de estilo. 3.4. Donde publicamos os contidos? Delimitación de soportes. 3.5. Cando publico os contidos? Calendarización editorial e frecuencia de publicación
4. Boas prácticas e casos de éxito na creación e distribución de contidos.	4.1. Casos de éxito na creación de contidos 4.2. Casos de éxito na distribución de contidos

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	13	10	23
Estudo de casos	4	15	19
Traballo tutelado	2.5	24	26.5
Presentación	2.5	4	6.5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Sesións de aula para profundizar sobre aspectos teóricos e prácticos relacionados cos contidos da materia
Estudo de casos	Análise de casos de éxito na creación e distribución de contidos e identificación de problemas e proposta de solucións noutra tipoloxía de casos
Traballo tutelado	Aplicación dos contidos da materia a un traballo tutelado de carácter individual: creación dunha estratexia e plan de contidos propio

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Contarase con sesións de aula e outras titorías tanto presenciais como non presenciais reservadas para a titorización e seguimento dos traballos tutelados

Avaliación

	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Estudo de casos	Análise de casos de éxito na creación e distribución de contidos e identificación de problemas e proposta de solucións noutra tipoloxía de casos	20	A1	C6 C14	
Traballo tutelado	Aplicación dos contidos da materia a un traballo tutelado de carácter individual: creación dunha estratexia e plan de contidos propio	80		C6 C12	D2

Outros comentarios sobre a Avaliación

É necesario aprobar cada un dos traballos propostos para superar a materia.

O traballo tutelado tamén incorpora a presentación da proposta.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Halligan, B., **Inbound marketing : get found using Google, social media, and blogs**, Wiley, cop., 2010

Sanagustín Fernández, E., **Marketing de contenidos: estrategias para atraer clientes a tu empresa**, Anaya Multimedia, 2013

Sanagustín Fernández, E., **Plan de contenidos para medios sociales**, Editorial UOC, 2017

Bibliografía Complementaria

Aguado Guadalupe, G., **Inbound Marketing en LinkedIn para la gestión de marca**, Icono 14, 2015

Toledano Cuervas-Mons, F.; Miguel San Emeterio, B., **Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online**, Opción, Año 31, No. Especial, 2015

Castelló Martínez, A., **La estrategia de medios sociales, el Inbound Marketing y la estrategia de contenidos: Marketing de Atracción 2.0**, 2013

García, I., **Human media. Las personas en la era de internet**, Formación Alcalá, 2014

Alonso Coto, M., **El plan de marketing digital**, Pearson Educación, 2008
Gutiérrez Arran, A. M.; Sánchez-Franco, M. J., **Marketing en internet. Estrategia y empresa**, Pirámide, 2005
CONTENT MARKETING INSTITUTE, **B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets and Trends. North America.**,
HANDLEY, A Y CHAPMAN, C. C., **Content rules: How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, Ebooks, Webinars (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business**, 2012
Regueira, J., **Big Brother is dead. El día que el consumidor hizo callar a las marcas.**, ESIC Editorial, 2011
PULIZZI, J., **Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less.**, Mc Graw-Hill, 2013

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes/P04M176V01204
Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais/P04M176V01203

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada polo *COVID-19, a Universidade de Vigo establece unha planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución determíneno atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou parcialmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun modo máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
* Metodoloxías docentes que se manteñen: Non se aplicarán cambios nas metodoloxías docentes: manterase o traballo tutelado, os estudos de caso e os seminarios que poderán realizarse de forma síncrona non presencial ou mediante outra tipoloxía de metodoloxías para a docencia non presencial

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías): Utilizarase o Campus Remoto da Universidade de Vigo para levar a cabo as sesións de docencia non presencial de forma síncrona nos horarios previamente aprobados polo máster e o centro que se apoiará con sesións de titorización a través do servizo de Despachos dos docentes da materia e o correo electrónico.

* Non se producirán modificacións dos contidos a impartir

* Bibliografía adicional para facilitar o auto-aprendizaxe
- *Hubspot.es
- http://www.curata.com/
- *https://www.inboundcycle.com/
- *https://aulacm.com/
- *https://www.oracle.com/index.html
- *https://fernandorubio.é/
- *https://www.evasanagustin.com/
- *https://vilmanunez.com/

* Non se producirán modificacións da avaliación

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación de crise e reputación dixital				
Materia	Comunicación de crise e reputación dixital			
Código	P04M176V01104			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Fernández Souto, Ana Belén			
Profesorado	Fernández Muñoz, Cristóbal Fernández Souto, Ana Belén Vázquez Gestal, Montserrat María			
Correo-e	abfsouto@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Imaxe e reputación das organizacións; reputación dixital; crise no entorno online; planificación e xestión da comunicación online en situación de crise: diagnóstico, identificación de actores, plan de comunicación de crise , execución e avaliación			

Competencias	
Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
C4	Capacidade para identificar e definir públicos, obxectivos e mensaxes da comunicación institucional no contexto dixital.
C5	Habilidade para deseñar e implantar un plan de comunicación dixital e desenvolver campañas de comunicación en redes sociais e medios dixitais.
C6	Habilidade para deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender os conceptos de imaxe e reputación.	C4
Comprender a relevancia da reputación dixital na configuración da reputación organizacional.	C5
Identificar as principais ameazas que poden afectar á reputación dixital das organizacións, a partir da análise da contorna mediática e social e dos seus actores.	A2 C4
Identificar e describir as estratexias de comunicación adecuadas para a resolución de procesos de crises online nas organizacións.	C5 C6
Deseñar e aplicar, con especial atención á xestión do tempo, plans de comunicación de crises específicos para o ámbito online, adaptados aos obxectivos xerais de comunicación da organización e ás súas necesidades en termos de imaxe e reputación.	C5 D2
Medir os resultados do plan de comunicación de crise e avaliar as consecuencias globais da crise sobre a reputación online.	A2 C5
Demostrar preparación para asumir o risco na toma de decisións.	A2
Demostrar capacidade para traballar en equipo en situacións de crises.	A2

Contidos	
Tema	
Tema 1. Conceptos básicos	1.1. Reputación 1.2. Crise
Tema 2. Evolución	2.1. Cambio do paradigma coa web 2.0
Tema 3. Ecosistema de funcionamento	3.1. Recomendacións 3.2. Valoracións

Tema 4. Contidos e ferramentas	4.1. Contidos xerados por usuarios UGC/UGM 4.2. Ferramentas para medir Buzz e reputación online
Tema 5. Tipoloxías de crise	5.1. Clasificacións segundo distintos autores
Tema 6. Pautas de xestion	6.1. Off line 6.2. On line 6.3. Os empregados 6.3.1. Os códigos de conducta 6.7. Atención ao cliente

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	9	9	18
Aprendizaxe baseado en proxectos	1	12	13
Presentación	3	8	11
Debate	1	10	11
Seminario	1	8	9
Lección maxistral	5	6	11
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	0	1
Observación sistemática	1	0	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos	Analizaránse varios casos reais de organizacións públicas e privadas, nacionais e internacionais para as que serán necesarias pesquisas previas dos alumnos
Aprendizaxe baseado en proxectos	Partindo de casos reais de distintas organizacións se plantexarán (por parte dos alumnos) distintas alternativas para solventar as problemáticas
Presentación	Os alumnos terán que presentar en público os resultados dos seus traballos
Debate	Os alumnos terán que posicionarse ante problemas comunicativos que están a sufrir algunhas organizacións, realizando argumentacións a favor e en contra
Seminario	Espazo para consultar co profesorado aspectos concretos sobre a materia, tanto sobre as leccións maxistrais desenvolvidas coma do resto de metodoloxías utilizadas
Lección maxistral	Presentación de conceptos teóricos para desenvolver a materia que os alumnos complementarán

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	O alumnado será recibido polos docentes responsables da materia, previa cita, para solventar dúbidas

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas e/ou exercicios	Os docentes avaliarán dentro deste apartado como os alumnos superan a materia a Traverso dos traballos e actividades desenvolvidos na aula (debates, estudios de caso, presentacions, etc)	70	A2	C4 C5 C6	D2
Observación sistemática	Os docentes avaliarán a predisposición dos alumnos na aula asi coma as suas presentacions e preparación de contidos para o desenvolvemento das correspondentes actividades	30	A2	C4 C5 C6	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

ARCEO VACAS (COORD), **El portavoz en la comunicación de las organizaciones. Fundamentos teórico-prácticos**, Universidad de Alicante, 2012

LOSADA DIAZ, J.C, **Comunuicación de la gestión de crisis**, UOC, 2011

Bibliografía Complementaria

VELASCO GARCIA, JM, **Análisis del rumor (buzz)**, 2016

DEL FRESNO-GARCIA, M, **Cómo investigar la reputación online en los medios sociales de la web 2.0**, 2011
VAQUERO COLLADO, A, **La reputación online en el marco de la comunicación corporativa. Una visión sobre la investigación de tendencias y perspectivas profesionales**, 2012
ENRIQUE JIMENEZ, AM, **La comunicación empresarial en situacion de crisis**, Universidad Autónoma de Barcelona, 2007
FERNÁNDEZ MUÑOZ, C, **100 BM digital tips**, Burson-Marsteller, 2008
LEIVA AGUILERA, **Gestión de la reputación online**, UOC, 2012
MARTINEZ J, **Crisis que matan. Crisis que engordan**, Club Universitario de Alicante, 2011
GONZALEZ HERRERO, A, **Marketing preventivo. La comunicación de crisis en la empresa**, BOSCH, 1998

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

Poden manterse as metodoloxías indicadas anterioremente, tanto se se fai de forma presencial no centro como se é imprescindible facelo de forma online

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)
As titorías poderán desenvolverse nas salas virtuais dos docentes.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

Pode manterse a avaliación establecida xa que os alumnos deben levar a cabo un estudio de caso proposto polo docente e debe ser traballado en grupo. Esta labor pode facerse físicamente no centro ou virtualmente, sempre desenvolvemendo o traballo en equipo. Finalmente os equipos deben facer una exposición pública do resultado do seu traballo e, de novo, poden facelo físicamente na aula ou de forma virtual no campus remoto.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais				
Materia	Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais			
Código	P04M176V01105			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Torres Romay, Emma			
Profesorado	Acuña Portabales, Paula Torres Romay, Emma			
Correo-e	emmatr@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia céntrase no proceso de valoración das campañas e accións emprendidas nos medios dixitiais en xeral e nas redes sociais en particular. Deste xeito búscase que o alumno ou alumna comprenda a necesaria xeración de resultados á hora de realizar accións deste tipo e, sobre todo, entenda que as mesmas deben estar vinculadas co plan estratéxico da empresa ou institución e, polo tanto, deben centrarse no logro dos obxectivos marcados. Para este fin, iniciarase ao estudante no emprego de ferramentas de medición concretas así como no establecemento de métricas adecuadas a cada caso.			

Competencias	
Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
B3	Capacidade para a organización do traballo
C7	Coñecemento das principais fontes, métricas e ferramentas para medir a eficacia en redes sociais e comunicación dixital.
C8	Capacidade de interpretación e análise de métricas sociais.
C9	Capacidade para avaliar a eficacia e retorno das accións en medios dixitais e redes sociais.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar as principais métricas en redes sociais e webs.	C7 C8
Relacionar indicadores clave de desempeño cos obxectivos dunha estratexia dixital.	C8 C9 D4
Interpretar un cadro de mando de analítica dixital e tomar decisións de contido e estratexia en base aos resultados.	A3 B3 C9

Contidos	
Tema	
Tema 1. Conceptualización e evolución da analítica dixital e a comunicación	1.1. Analítica web: conceptualización, evolución, valoración e situación actual. 1.2. Seguemento de blogs. Valoración da indentidade digital. 1.3. Analítica para redes sociais. 1.4. Os medios dixitais. Audiencia e inserción publicitarias.

	2.1. O plan de marketing dixital 2.2. Determinación de KPIs nos distintos medios: webs, blogs, redes sociais.
Tema 2. Definición de métricas de avaliación de eficacia en publicidade dixital. Os KPIs	
Tema 3. Ferramentas de medición	3.1. Manexo de ferramentas de medición actuais. 3.2. Elaboración do plan de medición.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	5	25	30
Seminario	15	19	34
Proxecto	0	10	10
Observación sistemática	1	0	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Traballo tutelado	Os alumnos/as desenvolverán un proxecto vinculado cos contidos da materia. Para ese fin desenvolveranse seminarios específicos para dirixir o traballo e orientalo.
Seminario	Desenvolveranse seminarios nos que se impartirán os contidos teóricos da materia combiandos coas correspondentes prácticas que contribúen á mellor compresión dos conceptos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Traballo tutelado	Realizarase un seguemento individualizado para tutelar os proxectos propuestos.
Probas	**Descrición**
Proxecto	Establecerase un horario de titorías para atender las dúbidas dos estudiantes.

Avaliación						
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballo tutelado	Realizaránse probas parciais para tentar incentivar ao alumnado no desenvolvemento final do mismo.	20	A3	B3	C7 C8 C9	D4
Proxecto	Desenvolvemento, paso a paso, dun proxecto de medición da eficacia.	70	A3	B3	C7 C8 C9	D4
Observación sistemática	Seguemento do desempeño do alumno/a na aula: asistencia, participación, aproveitamento, comportamento e evolución	10	A3	B3	C7 C8 C9	D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para a avaliación da materia é necesario contar cun mínimo de 5 puntos sobre 10 en ambas partes (traballo tutelado e proxecto) e será preciso contar coa totalidade da asistencia ás clases.

Para a avaliación de xullo deben cumprirse os mesmos requisitos.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

ESTRELLA RAMÓN, Antonia y SEGOVIA LÓPEZ, Cristina, **Comunicación integrada de marketing**, 1, ESIC, 2017

SAÍNZ DE VICUÑA ACÍN, Jose María, **El plan de marketing digital en la práctica**, 3, ESIC, 2018

MERODIO, Juan, **Estrategia y táctica empresarial en redes sociales**, 1, LID Editorial, 2017

MEJÍA LLANO, Juan Carlos, **La guía avanzada del Community Manager**, 2, Anaya Multimedia, 2016

ROJA, Pedro y Redondo, María, **Cómo monetizar las redes sociales**, 1, LID Editorial, 2017

BLANCHARD, Olvier Jean, **El retorno de la inversión en social media**, 1, Anaya Multimedia, 2018

KAUSHIK, Avinash, **Analítica Web 2.0**, 4, Gestión2000, 2017

GOROSTIZA, J. y BARAINCA, A., **Google Analytics. Mide y vencerás**, 1, Anaya Multimedia, 2016

LÓPEZ CUESTA, Óscar, **Data Management Platform (DMP). Big data aplicado a las campañas online, audiencias y personalización web**, 1, ESIC, 2018

Bibliografía Complementaria

CAVALLER, Víctor; SÁNCHEZ-AÑO, Silvia; CODINA, Lluís y PEDRAZA, Rafael, **Estrategia y gestión de la comunicación online y offline**, 3, Editorial UOC, 2014

SOMALO, Nacho, **Marketing digital que funciona**, 1, LID Editorial, 2017

RAMOS, Juanjo, **E-Commerce 2.0**, 1, GDPublishers, 2017

SOLIS, A, **SEO. LAs claves esenciales**, 3, Anaya Multimedia, 2016

SERRANO-COBOS, Jorge, **SEO. Introducción a la disciplina del posiconamiento en buscadores**, 3, Editorial UOC, 2015

GONZÁLEZ, Philippe, **Instagran. Mucho más que fotos**, 1, Anaya Multimedia, 2018

ARCILA CALDERÓN, Carlos; BARREDO IBÁÑEZ, Daniel y CASTRO, Cosette (coordinadores), **Analítica y visualización de datos en Twitter**, 1, Editorial UOC, 2017

OCDE, **Perspectivas de la OCDE sobre la Economía Digital 2017**, 1, OCDE, 2017

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Dirección estratéxica de comunicación dixital/P04M176V01102
Traballo Fin de Máster/P04M176V01206

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Estratexia de contidos/P04M176V01103

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
* Metodoloxías docentes que se manteñen

Mantéñense as metodoloxías aplicables inda que esta se desenvolverán no espazo virtual específico da universidade de Vigo.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)

Os alumnos e alumnas disporán de titorías a través da Sala de profesorado virtual 2570.

* Modificacións (se proceder) dos contidos a impartir

Non se modifican os contidos.

* Bibliografía adicional para facilitar a auto-aprendizaxe

Polos contidos específicos da materia e o seu carácter de vinculación coa actualidade, facilitaránse informes técnicos sobre o sector para desenvolver cada un dos apartados dos contidos.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
Manténse o sistema de avaliación, contemplando o relativo á asistencia como a asistencia virtual e participación nas sesións realizadas deste xeito.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dixital Media Planning				
Materia	Dixital Media Planning			
Código	P04M176V01106			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Badenes Plá, Vicente			
Profesorado	Badenes Plá, Vicente Rodríguez Morado, Olga María			
Correo-e	vbadenes@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Introdución xeral a a planificación de medios dixitais. reflexión sobre o novo contexto mediático, actores participantes, medios e soportes, tipologías, formatos. O día a día da planificación de medios en axencia, interlocución con medios e cliente, procesos, ferramentas, contratación, seguimento.			

Competencias	
Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
C8	Capacidade de interpretación e análise de métricas sociais.
C9	Capacidade para avaliar a eficacia e retorno das accións en medios dixitais e redes sociais.
C10	Capacidade para seleccionar e contratar canles de difusión de campañas de comunicación en medios dixitais e sociais.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar e segmentar audiencias digitales en base a obxectivos previos.	C8
Deseñar unha estratexia de contidos en medios sociais.	C9 C10
Detectar tendencias en contidos digitales e implementarlas en unha estratexia propia.	A3 C9
Contratar campañas en medios sociais.	C10 D3

Contidos	
Tema	
Tema 1: Introdución xeral á planificación de medios digitales	Media planning nun mundo dixital Penetración e uso dos medios digitales Principais actores do mercado publicitario online Investimento online Claves da planificación de medios online Terminoloxía clave. KPIs Tipoloxías de medios dixitais Descrición, características, vantaxes e inconvenientes Google, SEM & SEO, Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Amazon. Outras redes. Formatos da publicidade dixital Introdución á compra programática e RTB Integración 360º ON & OFF Tendencias de mercado: do adblocker ao branded content Casos de estudo

Tema 2. O día a día de a planificación de medios dixitais desde a óptica da axencia de medios	A axencia de medios Fontes de información en os medios dixitais Planificación e contratación de medios O plan de medios Procesos: briefing, concurso, ordes de compra Ferramentas de planificación de medios Seguemento de campañas Informe de resultados Exemplos de planificación de unha campaña de medios dixital

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	11	14	25
Traballo tutelado	10	40	50

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Dixital Media Planning
Traballo tutelado	Casos prácticos

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Dixital Media Planning
Traballo tutelado	Casos de estudio

Avaliación

	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Seminario	Dixital Media Planning	30	A3	C8 C9 C10	D3
Traballo tutelado	Dixital Media Planning	70	A3	C8 C9 C10	D3

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Anthony Young, **Brand Media Strategy**, Palmgrave Macmillan, 2010

Bibliografía Complementaria

George S. Day, **Reinventar la empresa en la era digital**, BBVA, 2018
Google Inc, **ZMOT Ganando el Momento Cero de la verdad**, Google, 2012
IAB, **Estudio sobre el uso de los Adblockers en España**, IAB, 2017
AIMC, **Estudio navegantes en la red**, AIMC, 2018

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais/P04M176V01105

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una

planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
*Metodoloxías docentes que se manteñen
Mantéñense todas as metodoloxías propostas Seminarios e Traballo tutelado, xa que se poden levar a cabo a través do campus remoto e Moovi

*Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)
Os alumnos poden concertar e asistir a titorías a través das salas de profesorado do Campus Remoto previa solicitude a través de Moovi ou outros medios que facilite a propia Universidade.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
De chegar o caso, elimínase a avaliación sistemática (valorada cun 30% da nota) e o traballo tutelado computa cun 100% da nota no canto do 70% inicial.
Ese novo cómputo calcúlase ponderando as notas acadadas - con independencia de si se teñan realizado antes ou despois da situación excepcional - mediante unha regra de tres, para acadar ese máximo do 100%

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS				
Materia	Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS			
Código	P04M176V01107			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Profesorado	Martínez Rolán, Luís Xabier Morales Pereira, Carlos			
Correo-e	xabier.rolan@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Esta materia recolle as guías e pautas básicas para comprender e realizar desenvolvementos web a través de HTML + CSS e o uso de xestores de contidos como Wordpress			

Competencias	
Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
C11	Capacidade para implementar, adaptar e manter os sistemas de xestión de contidos (CMS) de referencia.
C12	Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
D5	Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender como funciona internet, a arquitectura cliente□servidor.	C11
Ser capaz de identificar os diferentes erros detrás dunha páxina web.	C12
Dominar as técnicas de redacción para web e blogs.	B1 C11
Crear unha páxina web cun CMS con pautas específicas.	C11 D5
Adaptar unha web / blog ás necesidades requiridas.	C14 D5
Personalizar o aspecto gráfico dunha páxina web / blog.	B1 D5

Contidos	
Tema	
Principios do deseño web	Como funciona internet. Introdución aos CMS Nocións elementales de deseño web Como escribir para web /blogs.
HTML e CSS	Usos das etiquetas HTML máis importantes, estrutura dos arquivos, semántica, etc. A importancia dos estándares web (W3C) e diferencias entre navegadores. Responsive, web apps, e servizos que se poden facer con tecnoloxía web Introdución á accesibilidade web Conceptos fundamentais de CSS (document flow) + novidades (CSS Grid, Flexbox...)

WordPress	Configuración de un CMS autoaloxado: dominio, hosting, CPanel. Personalización e optimización dun CMS autoaloxado: funcionalidades (plugins, widgets), aspecto gráfico (templates), SEO. Resolución de principais problemas dun CMS autoaloxado
Outros CMS	Introdución a CMS Orientados a e-commerce

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	10	40	50
Seminario	9	4	13
Traballo	0	10	10
Observación sistemática	2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O/A estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento web en formato HTML + CSS e desenvolve unha páxina web cun CMS a definir polo docente ao inicio do curso
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico, vinculado ao desenvolvemento web con CMS e / ou tecnoloxías HTML + CSS

Atención personalizada

Metodoloxías	**Descrición**
Traballo tutelado	Os alumnos poderán establecer contacto co profesor ben de forma presencial no horario de titorías asignado ou ben a través da plataforma online que o docente utilice para a impartición online da materia.
Probas	**Descrición**
Traballo	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos fóra da aula, baixo as directrices e supervisión e mentoring dos docentes ou reputados expertos na materia, preparando e presentando supostos de índole práctica.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballo	Elaboración dunha páxina web completamente funcional con WordPress Elaboración dunha landing page dende o inicio máis básico empregando HTML + CSS e os recursos web incidados nas sesións teóricas	80		C11 C14	D5
Observación sistemática	Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.	20	B1	C12	D5

Outros comentarios sobre a Avaliación

O estudante debe superar coa nota mínima (5 puntos sobre 10 ou equivalente) cada un dos traballos ou exercicios contemplados en cada unha das metodoloxías ou probas.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

A detección de prácticas fraudulentas ou plaxio de código conlevará o suspenso na materia

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Xabier Martínez Rolán, **Diseño de Páginas Web: WordPres para todos los públicos**, UOC, 2019

Bibliografía Complementaria

Sabin-Wilson, L., **WordPress for dummies**, John Wiley & Sons., 2011

Aubry, C., **WordPress 3: un CMS para crear su sitio Web.**, Edidiones ENI, 2011

Cobo, S., & Juárez, S. C., **Internet para periodistas: kit de supervivencia para la era digital**, Editorial UOC, 2012

Giralt, M. L., **Introducción al HTML y al CSS.**, 2011

Gauchat, J. D., **El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript.**, Marcombo, 2012
Jeremy Keith, **Resilient web design**, 2017
Javier Eguiluz Pérez, **Introducción a CSS**, 2009
Thord Daniel Hedengren, **Smashing WordPress Themes: Making WordPress Beautiful**, John Wiley & Sons Ltd,

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes/P04M176V01204
Deseño para medios dixitais/P04M176V01201
Fotografía para web e redes sociais/P04M176V01109
Redación para medios dixitais e redes sociais/P04M176V01108

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
*Metodoloxías docentes que se manteñen
Mantéñense todas as metodoloxías propostas Seminarios e Traballo tutelado , presentación e Aprendizaxe baseado en proxectos, xa que se poden levar a cabo a través do campus remoto e faitic.

*Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)
Os alumnos poden concertar e asistir a titorías a través das salas de profesorado do Campus Remoto previa solicitude a través de Faitic ou outros medios que facilite a propia Universidade.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
De chegar o caso, elimínase a avaliación sistemática (valorada cun 20% da nota) e o traballo tutelado computa cun 100% da nota no canto do 80% inicial.
Ese novo cómputo calcúlase ponderando as notas acadadas - con independencia de si se teñan realizado antes ou despois da situación excepcional - mediante unha regra de tres simple para acadar ese máximo do 100%

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Redación para medios dixitais e redes sociais				
Materia	Redación para medios dixitais e redes sociais			
Código	P04M176V01108			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Domínguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Alende Castro, Silvia Domínguez Quintas, Susana Elisa Velásquez Fernández, Wajari			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia Redacción para medios dixitais e redes sociais orientará ao alumno ao redor dos contidos teóricos e prácticos necesarios para adquirir as competencias necesarias para redactar e publicar contidos textuais na web e nas redes sociais.			

Competencias	
Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades.
C12	Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.
C13	Coñecemento das técnicas e usos da redacción e maquetación de contidos para internet.
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Redactar contidos de marca para blogs, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.	C12 D2
Usar ferramentas de axuda á escritura en galego e español.	C13 D2
Identificar os límites legais e éticos na redacción e publicación de textos.	D1 D4
Identificar o ton adecuado da comunicación en redes sociais segundo cliente e público.	A4

Contidos	
Tema	
Tema I.- O uso da linguaxe, o estilo e a estrutura dos contidos textuais na rede.	-
Tema II.- Identificar o ton adecuado da comunicación en redes sociais segundo cliente e público. O uso de ferramentas de axuda á escritura en galego e español.	-
Tema III.- Xerar impacto no destinatario. Copywriting e escritura persuasiva	-

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	11	20	31

Traballo tutelado	11	11	22
Observación sistemática	0	5	5
Traballo	0	17	17

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Nestas sesións desenvolveranse os contidos teóricos da materia, fomentando a participación do alumnado.
Traballo tutelado	Os docentes proporán aos alumnos temas de traballo tutelado en clase, para desenvolver os contidos propostos nos seminarios.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Nestas sesións desenvolveranse os contidos teóricos da materia, fomentando a participación do alumnado.
Traballo tutelado	Os docentes proporán aos alumnos temas de traballo tutelado en clase, para desenvolver os contidos teóricos propostos e traballados nos seminarios.

Avaliación

	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Observación sistemática	Percepción atenta, racional, planificada e sistemática para describir e rexistrar as manifestacións do comportamento do alumnado.	10		C13	D1 D2
Traballo	O ou a estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc.	90	A4	C12	D1 D2 D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Álvarez Ramos, Eva, **El lenguaje periodístico cultural: nuevas plataformas, nuevos paradigmas**, Centro Internacional de Lexicografía, 2015

Bounegru, Liliana; Gray, Jonathan; Venturini, Tommaso y Mauri, Michele, **A Field Guide to "Fake News" and Other Information Disorders**, Public Data Lab., 2017

Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords.), **Manual de redacción ciberperiodística**, Ariel, 2003

Franco, Guillermo, **Cómo escribir para la web**, Knight Foundation, 2008

Orihuela, José Luis, **Recursos, directirices y claves para la redacción en medios digitales**,

Pérez Tornero, José Manuel y Tejedor, Santaigo (Dirs.), **Escribir para la red. Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa online**, Universidad Autónoma de Barcelona, 2014

Salaverría, Ramón, **Redacción periodística en internet**, Eunsa, 2006

Tascón, Mario, **Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales**, Ed. Galaxia Gutenberg, 2012

VV. AA., **Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem**, Libro de actas de Congreso. Annenberg School for C, 2017

Wardle, Claire y Derakhshan, Hossein, **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**, Consejo de Europa, 2017

Estudio Anual de Redes Sociales 2018, por IAB Spain, Anglo Spain y Elogia, 2018

Recursos y herramientas para escritores y gestión de redes,

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada polo COVID-19, a Universidade de Vigo establece unha planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución determíneno atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou parcialmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun modo máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes.

ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS

As Metodoloxías docentes e os sistemas de avaliación mantéñense. As clases desenvólvense a través da plataforma docente FAITIC e das salas virtuais do Campus Remoto de UVigo.

As tutorías co alumno mantéñense a través das salas de profesorado virtuais.

Si é necesario engadir unha bibliografía adicional para facilitar o auto-aprendizaxe do alumnado, utilízase a plataforma docente FAITIC.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Fotografía para web e redes sociais				
Materia	Fotografía para web e redes sociais			
Código	P04M176V01109			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraga Pérez, Andrés			
Profesorado	Fraga Pérez, Andrés			
Correo-e	andres.fraga.perez@uvigo.gal			
Web				
Descrición xeral	A asignatura centráse na produción e xestión de recursos fotográficos para medios dixitais e redes sociais con especial atención ao aproveitamento e á optimización de imaxes en función do seu uso.			

Competencias	
Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C15	Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.
C16	Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Realizar fotografías para blogs, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.	C14 D1
Usar ferramentas e dispositivos para a captura de imaxes e a edición.	C15 C16
Identificar os límites legais e éticos na toma e publicación de fotografías.	C14 D1 D4
Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.	A4 D4

Contidos	
Tema	
Introdución á linguaxe audiovisual	Relación e diferencias entre fotografía e imaxe. Conceptos básicos da composición e elementos utilizados na linguaxe visual. Importancia da fotografía na sociedade actual. Democratización da fotografía.
Estratexia e método de traballo	Papel da fotografías nun fluxo de traballo e relación co plan de comunicación e estratexia da marca.
Deseño	Selección de tipoloxías de imaxe, balance entre foto e vídeo. Ética e legalidade: Que se pode fotografar. Que se pode/debe publicar. Usos e abusos. Regulación do informador gráfico. Dereito á propia imaxe. Propiedade intelectual. Creative Commons (CC).
Produción	Fotógrafo, stock, axencias e producción propia. Planificación de unha sesión. Gifs, making-of, videos. Captura dende o móbil. Venta online.

Xestión	Definición de Imaxe dixital, Formatos: Raw e JPG. Concepto de calidade e resolución. Documentación e arquivo das imaxes. Métodos de ferramentas de traballo compartido. Seguridade.
Uso	Saber escoller unha imaxe, contar unha historia. Importancia do formato de saída. Diferenciar entre post-produción e retoque. Revelado de arquivos Raw. Conceptos de temperatura de cor, luminosidade e contraste. Filtros de ruído e máscara de enfoque. Medios de saída: impresión vs. Pantalla.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	16	19	35
Traballo tutelado	5	35	40

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Nas sesións de seminario abordaranse e discutiranse os conceptos nos que se fundamenta o traballo tutelado da materia.
Traballo tutelado	PROXECTO PROPIO: Realización dun proxecto fotográfico en redes sociais propio. O alumno terá que deseñar e executar un proxecto de contido principalmente fotográfico: escoller unha liña estética e argumental, realizar as fotografías, seleccionalas, editalas e xustificar as decisión tomadas.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	O docente atenderá as consultas do alumnado nas sesións presenciais dedicadas ao seguimento dos proxectos.
Seminario	O docente fomentará a participación do alumnado nas sesións de siminario.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Seminario	Asistencia e participación activa nas sesións presenciais de seminario.	10	A4	D1 D4
Traballo tutelado	PROXECTO PROPIO: Realización dun proxecto fotográfico en redes sociais propio. O alumno terá que deseñar e executar un proxecto de contido principalmente fotográfico: escoller unha liña estética e argumental, realizar as fotografías, seleccionalas, editalas e xustificar as decisión tomadas. Evaluaranse as diferentes presentacións que se fagan o longo do curso, asimesmo como o proxecto final.	90	C14 C15 C16	D1 D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Salked, Richard, **Cómo leer una fotografía**, Gustavo Gili, 2011

Sarvas, Risto y Frohlich, David M., **From Snapshots to Social Media - The Changing Picture of Domestic Photography**, Springer, 2011

Gaalen, Anneloes, **Never Photograph People Eating**, BIS Publishers, 2013

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
En caso de non ser posible a presencialidade, a parte teórica da materia impartirase a través de videoconferencia usando as plataformas propias da universidade e de maneira sincrónica, inda que se gravarán as clases para facilitar o posterior acceso.

O contido e a organización do curso será o mesmo, así como o traballo persoal e a presentación do proceso de evolución do mesmo.

As titorías realizaranse tamén mediante a plataforma de videoconferencia da UVigo

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
Seminario: [Peso anterior 10%] [Peso Proposto 0%]
Traballo Tutelado: : [Peso anterior 90%] [Peso Proposto 100%]

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Emprendemento en social media				
Materia	Emprendemento en social media			
Código	P04M176V01110			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Profesorado	Legerén Lago, Beatriz Martínez Rolán, Luís Xabier Moratilla Tahoces, Cristina Regueiro Bolaño, José Manuel Velásquez Fernández, Wajari			
Correo-e	xabier.rolan@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Esta materia recolle as guías e pautas básicas para aprender a emprender, tanto por conta propia como a través de proxectos empresariais con máis persoas e / ou socios, dende os aspectos xurídico, fiscal e humano			

Competencias	
Código	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigida ou autónoma.
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
B2	Capacidade de liderado
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
C20	Capacidade para elaborar un plan de negocio.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os contextos e procesos do emprendemento empresarial.	C19
Elaborar un plan de negocio.	A5 C20
Elaborar propostas a clientes.	C19 D3
Integrarse en equipos de traballo multidisciplinares.	B1
Liderar equipos.	B2

Contidos	
Tema	
Traballo por conta propia	Experiencia profesional como autónomo. Gastos e trámites de xestión. Seguridade Social. Facturación.
Traballo por conta allea. O capital humano da empresa	A conversión da idea de negocio á empresa. Xestión no crecemento dunha empresa: de traballar so a ter persoas ao teu cargo. Como xestionar o capital humano dunha empresa. O día a día do xestor de proxectos dende o punto de vista dos traballadores Negociación e liderazgo

Traballo por conta allea. Xestión de proxectos	Dirección empresarial. Plan de negocio. Modelos de contratos e conceptos xurídicos básicos. Financiación. A xestión da comunicación do xestor de proxectos. Dende o cliente ata o equipo de traballo. Organización do material e fluxo de traballo dos proxectos

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	7	30	37
Seminario	11	15	26
Traballo	0	8	8
Observación sistemática	4	0	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Traballo tutelado	O/A estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento vinculado co plan de negocio dunha empresa ou proxecto de emprendemento propio
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico do plan de negocio, conceptos xurídicos do emprendemento ou a parte económica (facturación, orzamentos...) do mesmo

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Traballo tutelado	Os alumnos poderán establecer contacto co profesor ben de forma presencial no horario de titorías asignado ou ben a través da plataforma online que o docente utilice para a impartición online da materia.
Probas	**Descrición**
Traballo	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos fóra da aula, baixo as directrices e supervisión e mentoring dos docentes ou reputados expertos na materia, preparando e presentando supostos de índole práctica.

Avaliación						
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballo tutelado	Elaboración dun plan de negocio e manual de procedementos de empresa.	80		B1	C19 C20	D3
Observación sistemática	Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.	20	A5	B1 B2		

Outros comentarios sobre a Avaliación

O estudante debe superar coa nota mínima (5 puntos sobre 10 ou equivalente) cada un dos traballos ou exercicios contemplados en cada unha das metodoloxías ou probas.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Godin, Seth, **El engaño de Ícaro. Hasta dónde quieres volar.**, Booket, 2000

Subra, Jean-Paul & Vannieuwenhuyze, Aurelien, **Scrum: Un metodo ágil para sus proyectos**, Edidiones ENI, 2018

Vilaseca, Borja, **El Principito se pone la corbata: una fábula de crecimiento personal (Empresa y Talento)**, Booket, 2011

García, Toni, **Autónomos: la guía definitiva**, BLACKIE BOOKS, 2014

Pedro Vigier, Hernán, **ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO**, ALTARIA, 2015

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
* Metodoloxías docentes que se manteñen
Mantéñense todas as metodoloxías propostas (traballo tutelado, seminario) xa que se poden levar a cabo a través do campus remoto e faitic.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)
Os alumnos poden concertar e asistir a titorías a través das salas de profesorado do Campus Remoto previa solicitude a través de Faitic ou outros medios que facilite a propia Universidade.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
De chegar o caso, elimínase o exame final (valorado cun 20% da nota) e o traballo tutelado computa cun 100% da nota no canto do 80% inicial.
Ese novo cómputo calcúlase ponderando as notas acadadas - con independencia de si se teñan realizado antes ou despois da situación excepcional - mediante unha regra de tres simple para acadar ese máximo do 100%

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Deseño para medios dixitais				
Materia	Deseño para medios dixitais			
Código	P04M176V01201			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Molares Cardoso, Julinda			
Profesorado	Molares Cardoso, Julinda Villamisar Fernández, Adriana			
Correo-e	jmolares@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia céntrase nos conceptos, ferramientas y fluxo de trabajo para realizar actividades de deseño gráfico en medios dixitais e redes sociais.			

Competencias	
Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C17	Coñecemento sobre as ferramentas de deseño gráfico e visualización de datos optimizados para internet e redes sociais.
C18	Capacidade para elaborar deseños e infografías optimizadas para cada canle de comunicación dixital.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os límites legais e éticos no deseño e publicación de gráfica en medios dixitais.	C14
Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.	A4 D4
Usar ferramentas de deseño gráfico de forma optimizada para internet e redes sociais.	C17 C18
Elaborar deseños optimizados para cada canle de comunicación dixital.	C17 C18

Contidos
Tema
- Fundamentos e principios do deseño gráfico
- Compoñentes do proceso visual
- Estética e estilo na composición gráfica
- A importancia da marca na internet
- O proceso creativo e o pensamento conceptual
- Deseño para as canles de comunicación dixital: especificacións, optimización e formatos
- Creación dixital: ferramentas e recursos

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	3	53	56
Seminario	19	0	19

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Traballo tutelado	O alumnado desenvolverá traballos de deseño dixital baixo as instrucións e supervisión das docentes
Seminario	Os seminarios abordarán os aspectos teóricos da materia

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Traballo tutelado	As docentes realizarán un seguimento do traballo do alumnado

Avaliación

	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Traballo tutelado	Desenvolvemento de proxecto	80	A4	C14 C17 C18	D4
Seminario	Traballo específico sobre o contido	20	A4	C14 C17 C18	D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Williams, Robin, **Diseño gráfico. Fundamentos**, Anaya Multimedia, 2008

Royo, Javier, **Diseño digital**, Paidós, 2004

Lupton, Ellen, **Tipografía en pantalla**, Gustavo Gili, 2014

Steane, Jamie, **Fundamentos del diseño interactivo**, Promopress, 2016

Gordon, B y Gordon M, **Manual de diseño gráfico digital**, Gustavo Gili, 2007

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

En caso de aleta sanitaria provocada polo COVID-19 as sesións manteranse de forma online a través do campus virtual.

As tutorías pasarían a ser a través dos despachos virtuais

Tanto metodoloxías como o sistema de avaliación e as súas porcentaxes non varían.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Infografía e visualización de datos				
Materia	Infografía e visualización de datos			
Código	P04M176V01202			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Fernández, Fortunato			
Profesorado	Rodríguez Fernández, Fortunato Sabarís Sardón, Juan			
Correo-e	fortunatorf@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Conceptos, ferramentas e fluxo de traballo para a creación e publicación de infografías en medios dixitais e redes sociais.			

Competencias	
Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C17	Coñecemento sobre as ferramentas de deseño gráfico e visualización de datos optimizados para internet e redes sociais.
C18	Capacidade para elaborar deseños e infografías optimizadas para cada canle de comunicación dixital.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Interpretar e simplificar datos.	A3
Identificar os límites legais e éticos no deseño e publicación de infografías en medios dixitais.	C14
Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.	C14 D4
Usar ferramentas de deseño infográfico de forma optimizada para internet e redes sociais.	C17 C18
Elaborar deseños de infografía optimizados para cada canle de comunicación dixital.	C17 C18

Contidos	
Tema	
1 - Infografía para internet: características e posibilidades.	.
2 -Deseño para redes sociais: especificacions e formatos	.
3 - Ferramentas profesionais de deseño infográfico	.
4 - Ferramentas de deseño infográfico optimizadas para internet e redes sociais	.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	12	6	18
Traballo tutelado	6	35	41

Observación sistemática	1	0	1
Proxecto	1	14	15

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Sesión teórico-prácticas adicadas a expoñer os principios xerais da materia, con exemplos e discusión dos mesmos
Traballo tutelado	Traballo realizado polo alumnos, explicado en clase e concluído polos alumnos de forma autónoma, onde apliquen os conceptos básicos dos seminarios

Atención personalizada

Probas	Descrición
Proxecto	Además das titorías programadas, o profesor orientará de modo persoal a metodoloxía e desenrolo do proyecto

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Observación sistemática	Asistencia e participación en clases	20	A3	C14 C17	D4
Proxecto	Traballo persoal de aplicación dos coñecementos teóricos	80	A3	C17 C18	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% en cada unha das metodoloxías.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Alcalde, Ignasi, **Visualización de la información de los datos al conocimiento**, Editorial UOC, S.L.;, 2015

Meirelles, Isabel, **La Información en el Diseño**, 1, Parramón, 2014

McCandless, David, **La información es bella**, RBA, 2010

Cole Nussbaumer Knaflic, **Storytelling con datos. Visualización de datos para profesionales**, ANAYA MULTIMEDIA, 2017

Enric Jardí, **Pensar con imágenes**, Editorial Gustavo Gili, S.L., 2012

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
* Metodoloxías docentes que se manteñen
Todas, agás a observación sistemática, que se elimina

* Metodoloxías docentes que se modifican
Proxecto increméntase nunha hora presencial, que deixa observación sistemática

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)
A través do Campus Remoto da Universidade de Vigo

* Modificacións (se proceder) dos contidos a impartir
Ningún

* Bibliografía adicional para facilitar a auto-aprendizaxe
Ningunha

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
o 20% da observación sistemática desaparece. O proxecto pasa a representar o 100% da cualificación

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais				
Materia	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais			
Código	P04M176V01203			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Ramahí García, Diana			
Profesorado	García Crespo, Oswaldo Ramahí García, Diana Yáñez Anllo, María			
Correo-e	dianaramahi@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	Estudo dos procesos, recursos e técnicas para a construcción de relatos audiovisuais en contextos dixitais.			

Competencias	
Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C15	Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.
C16	Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Atopar solucións creativas adaptadas a diferentes contextos comunicativos.	C14 D1
Saber trasladar información e emocións asociadas aos resultados ou procesos de elaboración das súas mensaxes ou estratexias.	C14
Asimilar os conceptos básicos para a concepción de contidos narrativos de carácter audiovisual nun contorna web.	C14
Saber planificar a creación de contidos audiovisuais en termos de xestión dos recursos técnicos e humanos dispoñibles.	B1 C15
Coñecer os fundamentos técnicos básicos asociados á captura de audio e vídeo, así como o seu tratamento nas fases de elaboración do contido.	C16

Contidos	
Tema	
1. O enfoque narrativo. O relato como ferramenta de comunicación	.
2. A lóxica do relato audiovisual	.
3. As especificidades do relato audiovisual en medios sociais	.
4. Introdución á narrativa audiovisual en novos medios	.
5. Estratexias para a planificación da produción audiovisual	.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	5	10	15
Estudo de casos	5	10	15
Resolución de problemas	2	6	8
Aprendizaxe baseado en proxectos	2	8	10
Obradoiro	2	5	7
Design Thinking	3	12	15
Presentación	1	3	4
Observación sistemática	1	0	1
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.			

Metodoloxía docente	
	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor/a de os contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio que o/a estudante ten que desenvolver.
Estudo de casos	Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticalos e adestrarse en procedementos alternativos de solución.
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno/a debe desenvolver as solucións adecuadas ou correctas tendo en conta o exposto en clase.
Aprendizaxe baseado en proxectos	Elaboración dunha estratexia propia orientada ao desenvolvemento de contidos audiovisuais en medios sociais.
Obradoiro	Creación de equipos de traballo para experimentar con ferramentas de creación audiovisual e as súas posibilidades narrativas.
Design Thinking	Adquisición de coñecementos básicos sobre os usuarios/as dun produto, situación ou problema; no desenvolvemento de empatía co usuario/a para alcanzar unha solución a un problema que posúen; na construción de prototipos coas ideas máis adecuadas; e na aprendizaxe a partir das reaccións dos usuarios/as ó interactuar co prototipo.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Lección maxistral	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Design Thinking	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Estudo de casos	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Aprendizaxe baseado en proxectos	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Obradoiro	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Resolución de problemas	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Probas	**Descrición**
Presentación	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas	Valoración das actividades propostas relacionadas coa materia tendo en conta o exposto en clase.	40		C14 C15	
Aprendizaxe baseado en proxectos	Valoración do proceso e resultado da elaboración dunha estratexia propia orientada ao desenvolvemento de contidos audiovisuais en medios sociais.	40	B1	C14 C15 C16	D1
Observación sistemática	Valoración da participación activa e presenza do alumnado na aula.	20	B1		

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os criterios de avaliación son os mesmos en todas as convocatorias.

Será preciso obter unha puntuación mínima do 50% en todas as partes avaliables para superar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Alexander, B., **The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media**, Praeger, 2011

Bordwell, D., **La narración en el cine de ficción**, Paidós, 2009

Chase, A., **Calm Technology: Principles and Patterns for Non-Intrusive Design**, O'Reilly Media, 2015

Gaudreault, A. y Jost, F., **El relato cinematográfico**, Paidós, 2008

Guarinos, V., **Microrrelatos y microformas. La narración audiovisual mínima**, Admira, 2009

Jenkins, H., **Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación**, Paidós, 2008

Lambert, J, **Digital storytelling : capturing lives, creating community**, Routledge, 2013

Manovich, L., **El lenguaje de los nuevos Medios**, Paidós, 2010

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
En situación de non presencialidade obradoiro e design thinking serán substituídos por aprendizaxe baseada en proxectos.

Os mecanismos non presenciais de atención ao alumnado (titorías) serán o despacho virtual do campus remoto no horario indicado e o correo electrónico.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
De ser preciso, os sistemas de avaliación establecidos adaptaranse á modalidade de aprendizaxe que sexa preciso adoptar. A porcentaxe da cualificación corresponde á observación sistemática (20%) será substituida por un incremento das porcentaxes (10%) no resto dos sistemas de avaliación.Teranse en conta as limitacións técnicas do alumnado para aplicar as modificaciones necesarias.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes				
Materia	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes			
Código	P04M176V01204			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	García Crespo, Oswaldo			
Profesorado	Fernández Alonso, Roi García Crespo, Oswaldo Moya Torrado, Susana			
Correo-e	oswaldogarcia@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Estudo dos procesos, recursos e técnicas para a creación e distribución de contidos audiovisuais en contextos dixitais			

Competencias	
Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C15	Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.
C16	Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Atopar solucións creativas adaptadas a diferentes contextos de produción.	B1 C14 D4
Saber trasladar información e emocións ás ferramentas da linguaxe audiovisual.	C15 C16
Xestionar as ferramentas de *hardware e software asociadas á produción de contidos audiovisuais en redes en todas as fases da produción.	C15 C16

Contidos	
Tema	
1_ Desenvolvemento de ideas e guionización de contidos para redes	Guión e estratexia transmedia
2_ Tecnoloxía dos medios audiovisuais	Principios básicos de captación, organización e xestión da media audiovisual
3_ Procesos narrativos en postprodución	Técnicas narrativas en montaxe Manipulación da imaxe audiovisual en postprodución Automatización e uso de librerías

4_ Produción audiovisual de imaxe real dirixida á súa distribución en redes sociais.	Fundamentos técnicos básicos Tipoloxías, tendencias Ferramentas e procesos Análises do mercado, orzamentos e boas prácticas
5_ Produción CGI: Motion Graphics	Fundamentos técnicos básicos Tipoloxías, tendencias Ferramentas e procesos Análises do mercado, orzamentos e boas prácticas

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	6	17	23
Obradoiro	3	9	12
Prácticas de laboratorio	12	12	24
Traballo	0	15	15
Observación sistemática	0	1	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor/a dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio que o/a estudante ten que desenvolver.
Obradoiro	Obradoiro de xestión de procesos de producción audiovisual
Prácticas de laboratorio	Prácticas de producción, edición e postproducción audiovisual

Atención personalizada

Metodoloxías	**Descrición**
Prácticas de laboratorio	Aprendizaxe guiada de ferramentas de creación audiovisual en postproducción.
Obradoiro	Análise por parte do docente de cada proposta de desenvolvemento de contidos por parte dos alumnos

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Traballo	Traballo 1 Procesos de produción: 30%.	90	C14	D4
	Traballo 2 Técnicas de Edición Dixital 30%		C15	
	Traballo 3 Postproducción audiovisual 30%		C16	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% no traballo desenvolvido. É necesario entregar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

REA, Peter e IRVING, David, **Producción y dirección de cortometrajes y vídeos**, 2002

Ken Dancyger, **The Technique of Film and Video Editing: History, Theory, and Practice**, 2007

Bibliografía Complementaria

Bernardo, Nuno, **Transmedia 2.0**, 2014

Billups, S., **Digital moviemaking**,

Susan Zwerman, **The VES Handbook of Visual Effects: Industry Standard VFX Practices and Procedures (Second Edition)**, 2014

Bennet, B., **Cinema and technology cultures theories prectices**,

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais/P04M176V01203

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

* Metodoloxías docentes que se modifican

As práxticas de laboratorio veranse sustituidas por aprendizaxe baseado en proxectos con soporte en liña por parte do profesor.

O obradoiro adpatarase a docencia online.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)

Para os profesores externos utilizarase a ferramenta Slack con horarios a convenir cos profesores externos.
Para o profesor Oswaldo García. Descpacho 988 do Campus Virtual. Contrasinal w1RB3fkN en horarios oficiais de titorías publicados na súa web.
http://oswaldogarcia.webs.uvigo.es/

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

Mantense a evaluación baseada nos proxectos, que non variarán en temática
Sustituiranse os traballos en grupo por traballos individuais cando sexa necesario e adpataranse os traballos ao equipamento técnico dispoñible por parte dos alumnos.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Traballo Fin de Máster				
Materia	Traballo Fin de Máster			
Código	P04M176V01206			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Míguez González, María Isabel			
Profesorado	Míguez González, María Isabel			
Correo-e	mabelm@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Traballo Fin de Master			

Competencias	
Código	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigida ou autónoma.
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.
D5	Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Deseñar o seu propio social media plan.	A5 C19 D5
Desenvolver a súa presenza e marca persoal en redes sociais.	A5 C19 D4
Crear un portafolio profesional.	D3 D4 D5

Contidos
Tema

Plan de social media (máximo 20.000 palabras)	Descrición e análise previa do perfil persoal ou da marca sobre a que se desenvolverá o traballo. Definición de obxectivos que se pretende alcanzar. Descrición de audiencias ou público obxectivo. Creación dunha identidade corporativa gráfica, coas adaptacións necesarias para a utilización dun blogue e en redes sociais. Descrición da estratexia formulada e as accións propostas. Estas accións deben incluír necesariamente a creación dun blogue e a presenza nun mínimo de tres redes sociais. Desde o punto de vista do contido, será necesario xerar pezas de todo tipo (texto, imaxe, fotografía, audiovisual, infografía...) Cronograma de desenvolvemento do plan: deberá incluírse unha planificación na que se contemple un mínimo de cinco entradas de blogue e 100 pezas para redes sociais. Para o cómputo de 100 pezas publicadas teranse en conta tanto o contido propio como a curación de contidos de terceiros relacionados coa marca; neste senso, o volume de pezas públicas será a suma das publicacións no conxunto das redes sociais seleccionadas no social media plan. Descrición das métricas e indicadores que se utilizarán para a avaliación do plan.
Memoria de execución	Creación do portfolio profesional de elementos creados ata a data de entrega do TFM. Informes de impacto dos contidos executados antes da data de entrega do TFM, conforme á descrición de KPI's formulados no apartado de métricas e indicadores de avaliación.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	10	138	148
Presentación	2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Traballo tutelado	O Traballo Fin de Máster consiste nun proxecto práctico no que o alumnado, de forma individual, deseñará e implementará a súa propia estratexia de comunicación en redes sociais e medios dixitais para construír unha reputación orientada ao mercado laboral ou ao empredimiento. Así, dentro deste marco, admitiranse dous tipos de traballo: traballos de desenvolvemento da marca persoal do/a estudante no ámbito online e traballos sobre unha marca comercial propiedade do/a estudante. O traballo abarcará tanto os aspectos relacionados con estratexia, métricas e avaliación da eficacia das accións expostas como os relacionados coa creación de contidos dixitais (web ou blogue, redacción, deseño, fotografía e vídeo) .

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Traballo tutelado	O traballo de Fin de Máster é un traballo tutelado, que se desenvolve baixo a supervisión dun titor ou titora. A Comisión Académica do Máster será a encargada de realizar a asignación de titores. O papel dos titores consistirá en orientar ao estudantado durante a realización do traballo, supervisalo e velar polo cumprimento dos requisitos fixados para a súa superación. Nembargantes, debe terse en conta que non son os titores, senón os estudantes, os responsables do desenvolvemento do traballo, polo que os titores e titoras, se ben poden asesorar, non deben xerar contidos para os proxectos nin intervir de forma activa na súa elaboración. O titor/a deberá emitir un informe favorable para que o estudante poida defender o seu traballo.

Avaliación		
Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe

PresentaciónExecución e presentación do traballo fin de mestrado.	100	A5		C19	D3 D4 D5

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os traballos serán avaliados por un tribunal. Para que o traballo poida considerarse superado, ademais da calidade do material entregado, o estudante deberá gter alcanzado como mínimo os seguintes logros:
- Presentación dun social media plan que conteña tódolos apartados indicados no epígrafe de contidos.
- Publicación dun mínimo de 5 entradas no blogue, de alomenos 500 palabras de extension cada unha, nas que se incluirán contidos audiovisuais (imaxes, vídeo, audio, hiperenlaces...) xerados polo/a estudante.

- Publicación dun mínimo de 40 entradas en redes sociais, nas que se empregará polo menos nunha ocasión un vídeo de creación propia e unha infografía.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

No caso de non poder manter titorías presenciais, o profesorado atenderá a dirección dos traballos de xeito non presencial, a través do correo electrónico e dos despachos virtuais da Universidade de Vigo.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

No caso de que as defensas non poidan efectuarse de forma presencial, levaranse a cabo a través do Campus Remoto.

* Información adicional

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas profesionais 1				
Materia	Prácticas profesionais 1			
Código	P04M176V01207			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Profesorado	Aira Amorín, Adrián Corbacho Valencia, Juan Manuel Martínez Rolán, Luís Xabier			
Correo-e	jmcorbacho@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Preparación para a elaboración de prácticas e posterior inserción no mercado laboral			

Competencias	
Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
B2	Capacidade de liderado
B3	Capacidade para a organización do traballo
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.
D5	Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar los contextos y procesos del emprendimiento empresarial	C19
Autoevaluar el perfil profesional	B3 D4
Integrarse en equipos de trabajo multidisciplinares	B1 D5
Liderar equipos	B2

Contidos	
Tema	
Afrontar unha entrevista laboral a nivel oral e de documentación	A preparación da entrevista A execución da entrevista A post-entrevista
Optimización de perfiles en plataformas dixitais	Optimización de redes sociais profesionais. Optimización de portfolios dixitais
Aplicación práctica de microestratexias en plataformas dixitais	Elaboración de propostas e aplicación das mesmas en contornas reais
Elaboración dunha memoria de prácticas	Planificación e execución da memoria. Aspectos a abordar

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	21	14	35
Seminario	10	30	40

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Traballo tutelado	O/A estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora e executa microestratexias en plataformas dixitais para casos reais
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico que versará sobre a optimización de perfís profesionais, entrevistas laborais e a memoria de prácticas

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Seminario	O/A estudante pode solicitar e recibir titorización sobre os temas relativos a esta metodoloxía
Traballo tutelado	O/A estudante pode solicitar e recibir titorización sobre os temas relativos a esta metodoloxía

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballo tutelado	Aplicación práctica de microestratexias en plataformas dixitais	60	B1 B2		D5
Seminario	Resolución de actividades ligadas ao temario: entrevistas persoiais e optimiación de perfís profesionais	40	B3	C19	D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

ESMERALDA DIAZ-AROCA, **COMO TENER UN PERFIL 10 EN LINKEDIN**, 8494118714, Ediciones Códice,

Álex Ochoa de Aspuru, **ACTITUD SALMÓN. Para emprendedores y pequeñas empresas: Cómo mejorar los resultados de tu negocio actuando a contracorriente**,

Juan Carlos Mejía Llano, **LA GUÍA AVANZADA DEL COMMUNITY MANAGER**, Anaya,

Pere Rosales, **Estrategia Digital**, Deusto,

Richard N. Bolles, **What color is your parachute? 2016**, Crown Publishing, 2016

Bibliografía Complementaria

Steve Dalton, **The 2-Hour Job Search: Using Technology to Get the Right Job Faster**, Ten Speed Press, 2012

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Emprendemento en social media/P04M176V01110

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Prácticas profesionais 2/P04M176V01208
Traballo Fin de Máster/P04M176V01206

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais/P04M176V01105
Comunicación de crise e reputación dixital/P04M176V01104
Dixital Media Planning/P04M176V01106
Dirección estratéxica de comunicación dixital/P04M176V01102
Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101
Emprendemento en social media/P04M176V01110
Estratexia de contidos/P04M176V01103
Fotografía para web e redes sociais/P04M176V01109
Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS/P04M176V01107
Redación para medios dixitais e redes sociais/P04M176V01108

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento

da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

Mantéñense as metodoloxías establecidas (seminarios e traballos tutelados).

No caso dos seminarios, no caso de que unha porcentaxe relevante do alumnado poida seguir as sesións en remoto nos horarios establecidos, estas impartiranse de modo síncrono para facilitar a súa participación, poñendo a disposición do alumnado que non poida asistir unha gravación da sesión. No caso de que a maioría do alumnado manifeste non poder seguir as sesións nos horarios establecidos, estas só se ofrecerán, gravadas, de modo asíncrono, e abrirase un foro semanal para consulta e debate sobre as cuestións impartidas na sesión.

Traballos tutelados: as explicacións relacionadas cos traballos facilitaranse, de forma detallada, a través de FAITIC. Concertaranse particularmente con cada estudante ou grupo sesións de seguemento dos traballos.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)
As titorías atenderanse de xeito non presencial a través dos despachos virtuais das docentes, previa solicitude de cita vía correo electrónico. Tamén se solventarán por correo electrónico as consultas sinxelas que non precisen dunha titoría.

* Modificacións (se proceder) dos contidos a impartir
Non se precisan.

* Bibliografía adicional para facilitar a auto-aprendizaxe
No caso de confinamento facilitarase ao alumnado bibliografía que sexa accesible vía online.

* Outras modificacións

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
Non se contemplan modificacións neste apartado

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas profesionais 2				
Materia	Prácticas profesionais 2			
Código	P04M176V01208			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	9	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Profesorado	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Correo-e	jmcorbacho@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Prácticas profesionais en empresas e institucións			

Competencias	
Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
B2	Capacidade de liderado
B3	Capacidade para a organización do traballo
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.
D5	Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar los contextos e procesos do emprendemento empresarial	C19
Integrarse en equipos de traballo multidisciplinares	B1
Organizar o traballo	B3
Xestionar a marca personal e a propia reputación dixital	D4
Integrar e aplicar coñecementos nun proxecto de comunicación digital	B2 D5

Contidos
Tema
Realización de prácticas nunha contorna laboral e profesional ligado a algunha das disciplinas do plan de estudos As prácticas levaranse a cabo baixo a supervisión dun titor da Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación e outro na empresa de destino

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticum, Practicas externas e clínicas	0	180	180
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	0	45	45

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	O/A estudante desenvolve as actividades nun contexto relacionado co exercicio dunha profesión, durante un período determinado, realizando as funcións asignadas e previstas na proposta de prácticas.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	O estudante pode solicitar e recibir titorías orientativas para o desenvolvemento das prácticas

Probas	Descrición
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	O estudante pode solicitar e recibir titorías orientativas para o desenvolvemento do informe e memoria.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	Elaboración de memoria final de prácticas	100	B1 B2 B3	C19	D4 D5

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Prácticas profesionais 1/P04M176V01207

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

De acordo co aprobado na Comisión Académica de Grao o 28 de abril de 2020, a comisión aprobou un mecanismo alternativo de avaliación no caso de que non se puidesen realizar as prácticas nin de xeito presencial nin telemático. Proponse, en consecuencia, a demostración das competencias adquiridas a través da análise, definición de obxectivos e buyer persona, e planificación e desenvolvemento de contidos para as redes sociais e o blog do mestrado.
O proceso dividiríase por trimestres, para evitar a coincidencia temporal do alumnado, e recolleríase nun informe dun máximo de 30 páxinas que sería corrixido polo coordinador de prácticas coa supervisión do coordinador do grao.